



Pressemitteilung

Lesespaß bei Netto: Wassersparen mit dem WWF-Panda kinderleicht erklärt

- Netto Marken-Discount und WWF veröffentlichen Büchlein für Kinder
- Süßwasserschutz bei der Lebensmittelproduktion kinderleicht erklärt
- WWF-Büchlein ab 19. August bundesweit bei Netto erhältlich

Maxhütte-Haidhof, 21. August 2019: Kinder erwartet ab sofort ein kunterbuntes Lese-Abenteuer mit dem WWF-Panda bei Netto Marken-Discount. Seit dem 19. August gibt es ein kostenloses Büchlein in allen der bundesweit 4.260 Netto-Filialen. Unter dem Titel „Super-Panda - Heldenhaft im Dienste des Wassers“ erklärt das Buch den Kindern die WWF-Maßnahmen zum Schutz von Süßwasser. Im Mittelpunkt steht dabei der „Super-Panda“, der die einzelnen Wasserprojekte vorstellt und den Kindern die Bedeutung des WWF-Siegels verdeutlicht.

Das in Kooperation mit dem WWF und Netto Marken-Discount entstandene Buch erzählt die Geschichte von Felix und seinen Freunden. Im Rahmen einer Unterhaltung zum Thema „Superhelden“ bringt Felix den „WWF-Panda“ zur Sprache. Der Einsatz für nachhaltigere Lebensmittel und die Schonung der Ressource Wasser sind die Superkräfte des „Super-Pandas“. In der Geschichte besucht der Panda Bananen- und Zitrusplantagen und stellt Maßnahmen vor, mit denen Wasser vor Ort gespart wird. Auch die Auswirkungen für die heimischen Wälder werden erklärt. Nachhaltigere Produkte, bei denen die von WWF anerkannten Umweltstandards erfüllt sind, zeigt der Panda abschließend in einem Netto-Markt.

Netto-Marken-Discount und WWF sind seit 2015 Partner für Nachhaltigkeit – Ziel ist es, den ökologischen Fußabdruck des Unternehmens zu verkleinern. Dazu werden die Eigenmarkenprodukte entlang von acht Themenfeldern überarbeitet – so bietet Netto beispielsweise stets mehr zertifizierten Fisch an, reduziert Verpackungen und verbessert seine Klimaschutzbilanz. Eigenmarkenprodukte, die besonders umweltfreundlich sind und vom WWF anerkannte Umweltschutzstandards erfüllen, werden zur besseren Orientierung zusätzlich mit dem Panda-Logo des WWF gekennzeichnet.

Mehr zu den Zielen der Partnerschaft für Nachhaltigkeit zwischen Netto Marken-Discount und WWF unter: <https://www.wwf.de/netto>



Pressemitteilung

Netto Marken-Discount im Profil

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 76.700 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,3 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Als Premium Partner der kostenlosen DeutschlandCard profitieren Netto-Kunden bei jedem Einkauf von dem Multipartner-Bonusprogramm.

Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit mit Mitarbeitern und Lieferanten, schonender Umgang mit Ressourcen sowie die Ausrichtung der Einkaufsstrategie an Nachhaltigkeitsaspekten. Netto ist Partner des WWF Deutschland: Neben dem Ausbau und der Förderung des nachhaltigeren Eigenmarkensortiments arbeitet Netto außerdem entlang von acht Schwerpunktthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“, die sozial benachteiligte Kinder fördert. Mit über 5.200 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

WWF Deutschland im Profil

Der WWF Deutschland ist Teil der internationalen Umweltschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF). Er will die weltweite Zerstörung der Natur und Umwelt stoppen, die Biodiversität bewahren, Lebensräume schützen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben. Er ist eine der größten und erfahrensten Naturschutzorganisationen der Welt und in mehr als 100 Ländern aktiv. In Deutschland wird er von über 455.000 Förderern aktiv unterstützt. Rund um den Globus werden aktuell über 1200 Projekte zur Bewahrung der biologischen Vielfalt durchgeführt. Die Stiftung Warentest zählt den WWF bei Transparenz, Organisation und Effizienz zur Spitzengruppe im Bereich der Tier- und Umweltschutzorganisationen und auch der TÜV Thüringen hat dem WWF eine hohe Qualität beim Umgang mit Spenden und den Spendern bescheinigt.

Netto-Ansprechpartner:

Unternehmenskommunikation
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de

WWF-Ansprechpartner:

Pressestelle WWF
Sylvia Ratzlaff
Tel.: 030 311777-458
E-Mail: sylvia.ratzlaff@wwf.de